

PRESENTASI DIRI KOMUNITAS HIJABERS KEDIRI DALAM PENGGUNAAN APLIKASI TIK TOK

Dzurrotul Adiba Humaida¹, Retno Pratiwi Kinasih²

UIN Walisongo, IAIN Kediri

Correspondence

Email: adibahumaida@gmail.com,
rtn.pratiwi18@gmail.com

No. Telp:

Submitted 18 Juni 2024

Accepted 21 Juni 2024

Published 28 Juni 2024

ABSTRACT

This research is motivated because social media in this era is one of the parts that is considered important for every group. Social media is one of the tools to show their identity that is packaged attractively. Self-presentation is an action in which individuals try to achieve a self-image that they expect as an assessment of others against themselves. The object of this research is the Hijabers Kediri Community where the majority of members consist of women who have careers in the field of entertainment. As an entertainer, being active on social media is important to build personal branding and support their careers. This research uses a qualitative research method with a phenomenological approach that will describe the results of interviews and observations obtained from members of the Hijabers Kediri community. The results of this study explain that members of the Kediri Hijabers community use several strategies to be able to present themselves, namely Ingratiation, Self Promotion, Exemplification, Supplication and Intimidation.

Keywords: Self Presentation, Hijabers Community, Tik Tok.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi karena Media sosial di era ini menjadi salah satu bagian yang dianggap penting bagi setiap kalangan. Media sosial menjadi salah satu alat untuk menunjukkan jati dirinya yang dikemas secara menarik. Presentasi diri merupakan sebuah tindakan di mana individu berusaha mencapai sebuah citra diri yang diharapkannya sebagai penilaian orang lain terhadap dirinya. Objek penelitian ini adalah Komunitas Hijabers Kediri dimana mayoritas anggotanya terdiri atas perempuan yang berkarir dibidang *entertainer*. Sebagai seorang *entertainer*, aktif di media sosial menjadi hal yang penting untuk membangun *personal branding* dan menunjang karir mereka. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang akan menggambarkan hasil wawancara dan pengamatan yang di dapatkan dari anggota komunitas Hijabers Kediri. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa Anggota komunitas Hijabers Kediri menggunakan beberapa strategi untuk bisa mempresentasikan dirinya yaitu *Ingratiation* (Mengambil Hati), *Self Promotion* (Promosi Diri), *Exemplification* (Memberi contoh/teladan), *Supplication* (Permohonan) dan *Intimidation* (Mengancam).

Kata Kunci: *Presentasi Diri, Komunitas Hijabers, Tik Tok.*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi telah mengantarkan manusia untuk menciptakan bentuk baru dalam berinteraksi dan bersosialisasi, salah satunya adalah inovasi teknologi komunikasi berupa media sosial. Sebagai sarana komunikasi yang efektif, media sosial sangat berperan dalam aktifitas bersosial di masyarakat. Teknologi komunikasi sangat penting dalam masyarakat informasi, karena dengan teknologi ini memudahkan orang untuk bertukar informasi dengan orang lain melalui sistem komunikasi yang berbasis komputer. Sistem komunikasi tersebut ada yang menamakan sebagai teknologi komunikasi baru, media baru, atau komunikasi interaktif. Media baru cenderung dihubungkan dengan internet, karena internet dianggap meliputi banyak hal yang tidak bisa dilakukan oleh media cetak dan elektronik. Keberadaan sarana komunikasi ini memberikan dampak yang signifikan di berbagai bidang seperti sosial, ekonomi, pendidikan, dan bidang-bidang lainnya. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara fisik, tetapi dapat dilakukan dengan berbagai media sosial seperti dunia maya. Dengan pesatnya perkembangan *new media*, telah memberikan dampak terhadap situs-situs komunikasi, dari sekedar *email* dan *chatting*, menjadi media sosial atau jejaring sosial seperti Facebook, *Tik Tok*, Twitter, Instagram, Snapchat.

Salah satu media sosial yang efektif digunakan oleh masyarakat saat ini adalah aplikasi *Tik Tok*. Hal yang membuat media sosial banyak diminati oleh banyak orang karena dapat digunakan kapanpun dan dimanapun dengan mudah. Terutama pengguna aplikasi *Tik Tok* saat ini dimasa pandemi beramai-ramai masyarakat menggunakan aplikasi tersebut untuk mengisi kesosongan, hiburan ataupun sebagai sarana tempat rileksasi semata untuk sekedar melepas penat terhadap pekerjaannya. *Tik Tok* merupakan aplikasi video musik dan jejaring sosial asal Cina resmi meramaikan industri digital di Indonesia. *Tik Tok* memungkinkan penggunanya membuat video berdurasi 15 detik. Menurut data dari Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Sandiaga Salahuddin Uno, ada 30.7 juta pengguna aktif di Indonesia. Jumlah yang luar biasa untuk aplikasi yang dikenal pada akhir tahun 2016 lalu dan relatif masih baru berdiri. Hampir semua orang dari mulai anak-anak hingga orang dewasa bermain aplikasi *Tik Tok*. Seperti yang kita lihat saat ini ramai pengguna aplikasi ini beradu model dan gaya dari kalangan artis besar hingga masyarakat biasa yang ingin membagikan kesehariannya

Presentasi diri melalui media sosial memberikan kesempatan yang luas bagi penggunanya, media sosial bisa difungsikan sebagai revitalisasi hubungan sosial diantara sesama pengguna. Kehadiran media sosial tidak berbayar, yang sekarang sudah sangat bervariasi, membuat penggunaan media sosial menjadi suatu praktek yang lumrah. Tanpa memerlukan keahlian khusus Sehingga hampir semua kalangan pun menjadi familiar dengan media social. Situs jejaring sosial memiliki daya tarik yang berbeda-beda. Namun pada dasarnya tujuannya sama yaitu untuk berkomunikasi dengan mudah dan lebih menarik karena ditambah dengan fitur-fitur yang memanjakan penggunanya. Dari sekian banyak social media dan Seiring dengan berkembangnya zaman, *Tik Tok* menjadi salah satu media sosial yang cukup diminati untuk mempresentasikan diri

Adanya keinginan untuk membuat kesan yang sempurna dan sesuai kepada orang lain dengan cara melakukan yang terbaik untuk terlihat sempurna inilah yang disebut sebagai *impression management* atau biasa dikenal dengan *self- presentation* atau presentasi diri. Presentasi diri dalam *Tik Tok* juga bisa dipandang sebagai bentuk uji coba terhadap identitas dirinya. Seseorang akan mempresentasikan dirinya secara verbal maupun non-verbal kepada orang lain yang sedang berinteraksi dengannya. Saat berinteraksi dengan orang lain khususnya didunia maya, sering kali perhatian individu tertuju pada bagaimana orang akan menilai perilakunya. Baik dalam mengupload foto maupun cara berkomentar yang baik dan tidak menyinggung orang lain. Usaha untuk mengontrol bagaimana orang lain berfikir sesuai dengan pemikiran individu, sehingga individu tersebut perlu melakukan presentasi diri, yaitu usaha untuk mengatur kesan yang orang lain tangkap mengenai diri baik secara disadari maupun tidak. Popularitas aplikasi media sosial di Indonesia seperti *Tik Tok* menjadikan banyak budaya populer lahir dan ditiru oleh para *netizen*. Pengguna *Tik Tok* berasal dari berbagai kalangan, mulai dari anak kecil hingga dewasa, berbagai bidang pekerjaan, hingga kalangan artis juga gencar menggunakan aplikasi *Tik Tok*. Salah satunya para Hijabers yang juga banyak menggunakan *Tik Tok* untuk berbagai alasan.

Salah satu Komunitas yang di Kediri yang beranggotakan perempuan yang berhijab adalah Komunitas Hijabers Kediri. Kehadiran komunitas Hijabers Kediri membuat perempuan khususnya para wanita muslim di Kediri sebagian besar meluangkan waktu kosong mereka dengan kegiatan yang berhubungan dengan komunitas acuannya seperti salah satunya melakukan *hijab class*. Komunitas ini berdiri sejak tahun 2014 dengan anggota kurang lebih 57 orang. Kegiatan yang sering dilakukan komunitas tersebut seperti mengadakan *event* yang bertemakan fashion penggunaan jilbab yang modern. Seperti kegiatan Gathering, Kontes Foto *OOTD*, *Talkshow*, *Beauty Class*, Lomba *Modelling*, menjalin kerja sama dengan *event-event* pemerintahan ataupun *brand-brand* ternama dan banyak lagi. Beberapa anggota dalam komunitas ini juga aktif dalam menggunakan *Tik Tok*. Menyebarkan kegiatan sehari-harinya di platform tersebut. Beberapa kegiatan yang dilakukan

adalah bersama-sama berbagi kebaikan, belajar untuk mendalami cara-cara berjilbab dan mengajak perempuan muslim yang lain untuk menggunakan jilbab dengan model jilbab *fashionable* dan *trendi*.

Dari konteks penelitian di atas, maka peneliti tertarik meneliti fenomena yang terjadi, strategi dan motif yang dipakai oleh pengguna untuk bisa mempresentasikan dirinya dalam menggunakan aplikasi *Tik Tok*. Oleh karena itu, peneliti mengangkat sebuah judul “Presentasi Diri Komunitas Hijabers Kediri dalam Penggunaan Aplikasi *Tik Tok*”. Berdasarkan uraian konteks penelitian di atas, permasalahan yang penulis fokuskan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Fenomena Presentasi Diri Anggota Komunitas Hijabers Kediri dalam penggunaan Aplikasi *Tik Tok*?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan Fenomena Presentasi Diri Anggota Komunitas Hijabers Kediri dalam penggunaan Aplikasi *Tik Tok*.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui makna dari pengalaman yang dialami oleh anggota komunitas hijabers Kediri dalam menggunakan aplikasi *Tik Tok* sebagai sarana untuk Presentasi diri.

Lokasi penelitian di lakukan di Kota Kediri. Penelitian ini di lakukan dengan wawancara dan mengamati akun *Tik Tok* Informan.. Dalam penelitian ini sumber utama adalah Anggota Komunitas Hijabers Kediri yang aktif menggunakan Aplikasi *Tik Tok*. Dalam penelitian ini sumber tertulis adalah referensi buku yang terkait dalam penelitian, dokumentasi postingan milik informan dalam aplikasi *Tik Tok* sebagai penguat hasil wawancara yang telah dilakukan. Dalam penelitian ini peneliti akan mewawancarai beberapa Anggota Komunitas Hijabers Kediri sampai data dirasa cukup untuk bisa diolah. Dalam memilih informan digunakan teknik *snowball sampling*. Peneliti melakukan dokumentasi selama pelaksanaan kegiatan penelitian melalui foto ataupun gambar, sebagai bukti fisik pelaksanaan penelitian. Peneliti mengumpulkan dokumentasi-dokumentasi terkait penelitian dengan Anggota Komunitas Hijabers Kediri.

PEMBAHASAN

PRESENTASI DIRI KOMUNITAS HIJABERS KEDIRI DALAM PENGGUNAAN APLIKASI *TIK TOK*

Ketika mengkaitkan antara media sosial dan presentasi diri, bisa terjadi pandangan yang cukup berlawanan. Di satu sisi, presentasi diri yang berakar dari interaksi tatap muka antar individu memandang presentasi diri melalui media sosial akan menghilangkan elemen non verbal komunikasi dan konteks terjadinya komunikasi. Sehingga presentasi diri tidak maksimal di dalam media sosial. Di sisi lain, ketidakhadiran elemen-elemen non verbal dan konteks bisa dipandang sebagai sebuah kondisi bagi pengguna untuk lebih mudah mengontrol dan/ atau minimal dalam melakukan presentasi diri. Sehingga ketiadaan elemen-elemen nonverbal bisa membuat komunikasi tidak berjalan cukup ‘kaya’. Namun, pada saat yang sama setiap pengguna mendapatkan kesempatan untuk lebih menciptakan cara baru dalam melakukan presentasi diri.

Dari sisi media sosial, ekspresi non verbal maupun konteks bisa dijumpai dengan adanya fitur khusus yang bisa melambangkan ekspresi. *Emoticons*, animasi, simulasi, *hypertext* dan kata atau simbol tertentu bisa digunakan untuk menggambarkan ekspresi. Dengan demikian, terkadang kemampuan untuk melakukan kreasi terhadap media sosial yang dipakai bisa membuat ketiadaan ekspresi non verbal menjadi tidak terasa. Sebagai contoh, jika ingin memberikan senyum, maka biasanya pengguna bisa menambahkan *emoticons* bergambar senyum untuk menambahkan ekspresi pesan yang disampaikan. Dalam

Presentasi media sosial dipandang sebagai perpanjangan diri pengguna. Pengguna media sosial akan menata media yang dipakai selayaknya sebuah ‘ruang tamu’, bahkan ‘kamar’ bagi para pengunjunnya. Pada praktek penggunaan media sosial saat ini Pengguna akan berupaya untuk memilih foto profil yang sesuai dengan sosok impiannya. Begitu juga jika melihat dari konten tulisan yang ada di media sosialnya. Jika di media tertentu seperti *Facebook* terdapat bagian: “Apa yang sedang ada dipikiranmu?” yang memancing pengguna untuk menulis sesuatu. *Twitter* memiliki bagian: “Apa yang sedang terjadi?” yang membuat pengguna bisa menuangkan 140 karakter untuk menggambarkan apa yang sedang terjadi.

Sementara itu, media sosial yang berdasarkan bakat, minat atau profesi tertentu memiliki sebuah tujuan yang lebih spesifik. Tujuan spesifik tersebut mempengaruhi presentasi diri pengguna. Misalkan dalam media sosial yang lebih menonjolkan dalam segi audio dan visual. Dengandemikian presentasi diri bisa dilakukan melalui foto dan video, *Tik Tok* memiliki fitur yang bisa memudahkan pengguna untuk bisa menghasilkan video yang menarik. Dengan fitur-fitur yang dimiliki *Tik Tok* yakni *Filter* dan *Editing* video yang banyak digemari pengguna. *Tik Tok* memiliki fitur-fitur yang menarik untuk bisa menghasilkan video yang bagus dengan mudah. Fitur *FYP (For Your Page)* menjadi standarisasi pengguna *Tik Tok* bahwa video yang mereka unggah menarik bagi pengguna lain. *FYP* sendiri adalah halaman utama *Tik Tok* yang akan ditampilkan pertama kali saat membuka aplikasi. Halaman ini berisi berbagai macam video rekomendasi yang sudah disesuaikan dengan ketertarikan pengguna.

Pada dasarnya, setiap orang memiliki langkah-langkah khusus dalam mempresentasikan dirinya kepada orang lain. Apalagi, jika kesempatan mempresentasikan diri ini berada pada konteks media sosial. Sekilas terlihat bahwa kehadiran media sosial seperti *Facebook*, *Twitter*, *Blog* dll memberikan ruang yang seluas-luasnya bagi setiap individu untuk berkreasi, khususnya dalam menampilkan diri masing-masing. Adapun yang dilakukan oleh penulis untuk mengukur presentasi diri Anggota Komunitas Hijabers Kediri dengan menggunakan indikator yang ditetapkan menggunakan strategi presentasi diri yang dikemukakan oleh Jones strategi tersebut yaitu sebagai berikut :

- a. *Ingratiation* Tujuan pengguna strategi ini adalah agar disukai oleh orang lain. Beberapa karakteristik umum yang dimiliki adalah mengatakan hal positif tentang orang lain atau mengataan sedikit hal-hal negatif tentang diri sendiri, untuk menyatakan kesederhanaan, keakraban dan humor. Dalam konteks media sosial, strategi jenis ini bisa dilihat secara jelas dengan memberikan apresiasi terhadap foto-foto pengguna lainnya. Informan pertama sampai informan kelima sama-sama menggunakan strategi *ingratiation* yakni mengambil hati. Dengan menunjukkan rasa peduli, ramah, dan beberapa hal positif lain. Pengguna juga sering berbalas komentar dengan memuji konten pengguna lain sebagai salah satu bentuk apresiasi sesama pengguna. Informan ketiga mengaku sering berbalas komentar dengan teman yang informan kenal, untuk pengguna lain Informan memberikan komentar jika videonya menarik. Begitu juga dengan Informan keempat, dia mengaku sering berkomentar di akun pengguna lain untuk lebih menghargai pengguna lain, karena dia sadar bahwa konten yang menarik membutuhkan effort yang lebih.

Informan Mukti sering melakukan interaksi kepada followersnya dengan saling berbalas komentar di postingan mereka. Tidak hanya itu Medina juga kerap kali membubuhkan tanda suka diposting pengguna lain. Ini menunjukkan keramahan yang dimiliki oleh informan Mukti. Interaksi yang dilakukan oleh informan bisa memiliki dampak positif, yang menunjukkan bahwa informan peduli dan saling memberikan apresiasi.

Informan Hanan sering melakukan interaksi dengan *followers*nya melalui komentar ataupun *like* di postingan mereka. Komentar yang dibubuhkan oleh informan beragam, sesuai dengan postingan yang mereka berikan komentar. Salah satunya ketika

Hanan meunggah Trailer salah satu film yang sedang viral, beberapa followers saling memberikan pendapat tentang film itu melalui kolom komentar. Dengan salaing berbalas komentar Hanan menunjukkan sifat yang ramah, dan peduli atas pendapat yang followers Hanan berikan.

- b. *Self promotion* Tujuan dari strategi ini agar dianggap terampil dan berkualitas. Karakteristik umum meliputi pengakuan tentang kemampuan, prestasi, kinerja, dan kualifikasi. Beberapa pengguna media sosial dengan profesi tertentu seperti analis politik akan menggunakan akun media sosialnya untuk memberikan tanggapan mengenai kondisi politik saat ini. Tentu akan diupayakan untuk menunjukkan kompetensinya. Begitu pula dalam media sosial yang fokus ke arah karya seni. Pengguna akan berupaya sebaik mungkin untuk menampilkan karya-karya terbaik di dalam media sosialnya. Informan pertama sampai informan kelima juga sama-sama menggunakan strategi promosi diri (*self promotion*) dalam mempresentasikan diri mereka. Mereka menunjukkan dengan menata konten yang mereka unggah dengan mengeditnya agar terlihat bagus, menarik, dan disukai banyak orang. Mereka juga mengunggah konten yang menampilkan prestasi yang pernah diraih.

Sebagai seorang Model, Informan Medina mengaku sering mengunggah konten terkait *fashion show*, dan konten yang Medina unggah ketika Informan menjadi sebuah model dalam sebuah *brand* atau menjadi model untuk MUA. Konten tersebut diunggah sebagai bentuk apresiasi diri dan promosi profesinya sebagai model. Dari 32 postingan yang informan unggah ada 6 postingan yang informan unggah yang menunjukkan bahwa dirinya adalah seorang model, postingan itu ketika informan sedang menjadi model seorang MUA dan ketika informan menjadi model katalog. Informan Mukti memiliki profesi sebagai wirausaha di bidang onlineshop. Dia menjadikan akun *Tik Tok* nya sebagai salah satu *platform* untuk mempromosikan barang jualannya. Dia mempresentasikan dirinya sebagai wanita yang memiliki usaha dibidang fashion. Mukti sering mengunggah produk yang ia jual, salah satunya adalah *scrunci* atau ikat rambut yang sedang marak digunakan oleh hijabers. Konten yang Mukti unggah berisi tentang deskripsi produk tersebut mulai dari harga, bahan, kegunaan, dan kelebihan. Ini bisa menarik perhatian pengguna lain untuk tertarik membeli produk tersebut.

- c. *Exemplification* Tujuan dari strategi ini agar dianggap secara moral lebih unggul atau memiliki standar moral yang lebih tinggi. Karakter umumnya adalah komitmen ideologis atau militansi, pengorbanan diri, dan kedisiplinan diri. Dari kelima Informan ada 3 informan yang menggunakan strategi ini yaitu Informan pertama, informan kedua dan informan keempat. Ketiga informan tersebut beberapa kali mengunggah konten yang mengajak orang lain untuk bertidak positif seperti halnya motivasi. Dan mengunggah konten yang menunjukkan contoh dalam tindakan moral seperti bersyukur, meminta maaf dan berdoa. Informan Pertama mengaku menunjukkan konten tentang bersyukur dengan segala hal yang sudah dia dapatkan didunia ini. dia menunjukkannya dengan latar video dengan lagu yang liriknya menunjukkan tentang bersyukur.

Untuk mempresentasikan diri menggunakan strategi *Exemplification* informan Mukti sering mengunggah konten terkait motivasi hidup, pengalaman dirinya sebagai pengusaha dan bagaimana cara untuk bisa bersyukur atas segala nikmat yang telah Tuhan berikan. Sebagai salah satu cara untuk mengajak followersnya untuk bersyukur dan terus berusaha. Informan Hanan dalam postingan yang ia unggah menyampaikan sebuah cara dan manfaat yang ia dapatkan ketika melaksanakan Sholat Sunnah Tahajud dan Sholat Sunnah Hajat. Informan juga mengajak followersnya untuk ikut serta melaksanakan kesunnahan tersebut untuk bisa mendapatkan manfaat

yang banyak. Informan mengaku sering mengunggah konten seputar ini untuk juga bisa menginspirasi para *followers*nya.

- d. *Supplication* Tujuannya adalah merawat atau tampak tidak berdaya sehingga orang lain akan datang untuk membantu orang tersebut. Karakter dari pendekatan presentasi diri termasuk memohon bantuan dan rendah diri. Strategi ini bisa terlihat dari foto dengan caption- captions yang menunjukkan ketidak berdayaannya. Dari kelima informan ada 3 informan yang menggunakan strategi ini untuk mempresentasikan dirinya yaitu informan pertama, informan kedua dan informan ketiga. Informan mengaku pernah mengunggah konten yang menunjukkan kesedihan, lelah dengan kecewa. Informan kedua mengaku pernah mengunggah konten tentang kekecewaannya terhadap teman-teman dan customer informan karena menyepelkan perjuangan merintis usahanya. Sedangkan informan ketiga mengungkapkan pernah mengunggah konten yang menunjukkan rasa sedih dan kecewa sebagai cara untuk kepuasan batin, karena tidak bisa bicara dengan orang lain dituangin ke *Tik Tok* untuk merasa lebih lega.

Informan Fitri mengunggah sebuah ungkapan yang menunjukkan sebuah kegagalan dan kekecewaan. Namun dengan konten yang informan unggah ia juga menyampaikan sebuah pesan bahwa kegagalan itu bisa diubah menjadi kesuksesan jika kita tetap bangkit dan berjuang untuk bisa mencapai tujuan.

Informan Hanan beberapa kali mengunggah konten yang menunjukkan sebuah kekecewaan dan kekesalan. Konten itu informan unggah sekedar untuk mengungkapkan perasaannya. Namun Hanan juga memeberikan sebuah cara untuk melewati kegagalan tersebut sesuai dengan pengalaman yang Hanan pernah lakukan. Hal ini untuk menunjukkan kepada *followers*nya bahwa segala kegagalan bisa diatasi jika kita ingin bangkit dan mencari cara yang lebih baik.

- e. *Intimidation* Pengguna strategi ini bertujuan untuk memperoleh kekuasaan. Karakteristik umum yang dimiliki adalah ancaman, pernyataan kemarahan, dan kemungkinan ketidak senangan. Tentunya strategi ini bisa dilihat dengan mudah jika membaca akun akun media sosial pengguna yang mengekspresikan rasa tidak suka atau tidak setuju dengan sangat eskpresif. Bahkan kadang-kadang memberikan kata-kata tertentu yang karakter-karakter nya diganti dengan tanda “*”. Dari kelima pengguna, tidak ada yang menggunakan strategi ini untuk mempresentasikan diri mereka. Karena strategi ini bisa menimbulkan perpecahan dan hal yang tidak baik. Strategi-strategi yang ada ini bisa dipakai oleh pengguna dalam memodifikasi akun media sosialnya. Implementasi dari masing-masing strategi ini akan bergantung pada kehendak pengguna memodifikasi media sosial yang dimilikinya. Seperti yang telah diutarakan di atas, pengguna bisa menggunakan segala fitur yang ada pada media sosial untuk mencapai strategi yang ingin dipakai. Dalam hal strategi presentasi diri, seluruh jawaban yang diberikan informan kepada peneliti sesuai dengan strategi presentasi diri yang dikemukakan oleh Edward Jones dan Pittman (1982). Keseluruhan informan berusaha membuat kesan yang baik atas diri mereka di media sosial. Untuk mewujudkan hal tersebut, setiap informan mempresentasikan diri mereka di media sosial.”

PENUTUP/KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis dapatkan pada bab-bab di atas maka dapat menghasilkan kesimpulan bahwa Aplikasi *Tik Tok* memiliki peran dalam merepresentasikan diri para anggota komunitas Hijabers Kediri. Untuk bisa mewujudkan presentasi dirinya, para pengguna menggunakan beberapa srategi. Strategi presentasi diri terdiri dari *Ingratiation* (Mengambil Hati), *Self Promotion* (Promosi Diri), *Exemplification* (Memberi contoh/teladan), *Supplication* (Permohonan) dan *Intimidation* (Mengancam). Infroman menggunakan strategi ini

untuk bisa mempresentasikan dirinya di aplikasi *Tik Tok*, Informan di penelitian ini rata-rata seorang *entertainer* yang menganggap penting presentasi diri di media sosial untuk bisa menunjukkan dirinya kepada khalayak umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. *Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*. Jurnal Komunikasi, Vol.14 No. 2.
- Afandi, Nur Ratih Dewi. 2017. *Hijab Sebagai Gaya Hidup (Studi Fenomenologi Tentang Motif Perempuan Memakai Hijab dan Aktivitas dalam Media Sosial Instagram*, Jurnal Retorika.
- Aji, Wisnu Nugroho. *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia*, ISBN: 978-602-6779-21-2.
- Azwar, Syaifudin. 1998. *Metode Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Belajar.
- Chaney, David. 2011. *Lifestyles: Sebuah Pengantar Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Doni Iskandar, M. Jacky. 2018. *Studi Fenomenologi Motif Anggota Satuan Resimen Mahasiswa 804 Universitas Negeri Surabaya*. Jurnal Sosiologi.
- Goffman, Erving .1959. *The Presentation of Self in Everyday Life*. Garden City N.Y: Doubleday.
- Ida, Rachmah.2008. *Muslim Women and Contemporary Veling in Indonesia Sinetron. Dalam Indonesia Islam in a New Era. How Women Negotiate Their Muslim Identities*. Susan Blackburn et al. (eds), Clayton, Australia : Monas University Press.
- Iskandar, 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Gaung Persada Pers, 2009.
- Jones, E. E., & Pittman, T. S. 1982. Toward a general theory of strategic Self presentation. In J. Suls (Ed.), *Psychological Perspectives on the Self* (Vol.1, pp. 231-262). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Kurnia, Nur Fiqhy Yurike Helda. 2019. *Artikulasi Identitas Ibu-Ibu Komunitas Nutrition Club Surabaya Di Aplikasi Tiktok*, Skripsi. Surabaya : UINSA.
- Kuswarno, Engkus. 2009 *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi (Konsep, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya)*. Bandung : Penerbit Widya Padjadjaran.
- Lih, Eka Rubiyanti. 2004. *Tampil Modis dengan Berjilbab Sebuah Tren Mode Masa Kini di Yogyakarta*. Yogyakarta: Skripsi Sarjana Antropologi Ilmu Budaya. UGM.
- Luik., Jandy E. 2014. *Media social dan presentasi diri*. UK Petra Surabaya.
- Mahyuddin.2020. *Masyarakat dan Gejala Problematika Sosial: Persilangan Dinamika Politik, Budaya, Agama dan Teknologi*.Parepare: IAIN Parepare Nusantara Press.
- Mcquail, Denis. 1996. *Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Jakarta:Erlangga.
- Moleong, Lexy J.2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung : PT Remaja Persada Karya.
- Mulyana, Deddy.2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rully. 2011. *Buku Media Sosial*, Bandung:Simbiosis Rekatama Media
- Nata, Abuddin. 2003. *Metodologi Studi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Nurhalimah, Sitti .2019. *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Sleman: Deepublish.
- Nuratna, Dian. 2014. *Konstruksi Presentasi Diri Melalui Selfie (Studi Fenomenologi Mengenai Selfie Sebagai Presentasi Diri Di Kalangan Remaja Jakarta Yang Aktif Selfie Di Instagram)*, Skripsi. Bandung:UNPAD.
- Patilima, Hamid. 2013. *Metode Penelian Kualitatif*. Bandung:Alfabeta.
- Pratama, Sandi Marga Dan Muchlis .2020. *Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020*. Jurnal Komunikasi, Vol.01 No.2.

- Pujileksono, M.Si, Dr. Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif* Malang: Kelompok Intrans Publishing.
- Sarwono, S.W, & Meinarno, E.A. 2009. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Suiyono. 2009. *Metode kualitatif Kuantitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati, 2018. *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi deskriptif kualitatif pada akun @bowo_allpennliebe)*, Jurnal Komunikasi. vol. 9 no.2.
- Syahputro, Eko Nur. 2020. *Melejitkan Pemasaran UMKM Melalui Media Sosial*. Gresik: CaremediaCommunication.
- Tim Redaksi Kamus Besar Bahasa Indonesia. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia. Edisi Ketiga*. Jakarta.
- Ummul Baroroh, Nur Cahyo Hendro Wibowo, Nur Afifah Ghoida. 2017. *Strategi Komunikasi Hijabers Semarang Dalam Mensyiarkan Hijab Pada Muslimah Muda Di Semarang*, Islamic Comunication Journal, Volume 02, Nomor 01.
- http://repository.petra.ac.id/15386/1/Media_Sosial_dan_Presentasi_Diri.pdf diakses pada 07 Mei 2021
-